

**MANAGEMENTUL TERITORIAL AL ACTIVITĂȚILOR CULTURALE****TERRITORIAL MANAGEMENT OF CULTURAL ACTIVITIES****Doina COLEFF****Facultatea de Științe Umaniste, Politice și Administrative, Universitatea de Vest „Vasile Goldiș” din Arad****Tel: 0040-257-282324****ABSTRACT**

*Territorial management and planning of, although the result of urban planning is based on the concept of decentralization of functions, assuming that it must take into account population density, the network of settlements, the potential economic, employment, educational functions, health, cultural, sporting and other distributed across the territory in line with potential natural and socio-economic conditions existing.*

*Decentralized systems of cultural activities exist in countries with a cultural tradition and state that allowed the existence of several cities mutually independent, university and independent culture. The real flowering of culture and urban type of practice it takes place after year '68.*

*Over time, cultural policy began to be received according to the economic development of city marketing and, possibly, its reconstruction. It is interesting that many cities whose economic and financial power decreases, they will increasingly invest in culture, to act to protect cultural property created in the previous period.*

**Key words: territorial management of cultural activities, planning, economic consolidation, economic and cultural population growth, strengthen cultural optimal network of cultural institutions, the urban cultural policy.**

**I. MANAGEMENTUL TERITORIAL**

Managementul teritorial și planificarea lui sunt factori de bază în crearea condițiilor pentru o optimă consolidare economică și culturală a societății. Primele planuri teritoriale au fost formulate la începutul secolului trecut, ca urmare a necesităților produse de o rapidă urbanizare și de periclitarea mediului rural, însă abia în ultimii douăzeci de ani s-au inclus și conținuturile culturale ca părți ale planurilor de sistematizare

Managementul teritorial, deși a rezultat din planificarea urbanistică, este un termen cu mult

mai larg pentru că se referă la teritorii întinse, la regiuni ce se constituie într-un ansamblu geografic, economic și administrativ-politic.

Prin aceasta se subînțelege asigurarea unei relații armonioase între creșterea demografică, economică și culturală, ceea ce se obține în concordanță cu potențialul natural, cu totalitatea mijloacelor industriale corespunzătoare, cu modalitatea de locuire, ocrotire a sănătății, recreere, turism, viață culturală etc. (Dragicevic Sestic, Stojkovic 2002: 57-62).

Planificarea teritorială se aplică la nivel statal iar planurile detaliate se întocmesc potrivit regiunilor, județelor, comunelor. Concepția planificării teritoriale, la noi, se bazează pe conceptul descentralizării funcțiilor, aceasta presupunând că trebuie să se țină cont de densitatea populației, de rețeaua de localități, de potențialul economic, de locurile de muncă, de funcțiile educative, de sănătate, culturale, sportive și altele, repartizate pe întreg teritoriul în concordanță cu potențialul natural și condițiile social-economice existente.

În crearea rețelei instituțiilor de cultură apare dilema: dispersarea sau concentrarea instituțiilor culturale. Se pune întrebarea: toate instituțiile de importanță națională trebuie localizate în capitala statului sau trebuie întemeiate instituții în diverse orașe, stabilindu-se precis domeniul lor de activitate? De aceea, termenul de descentralizare culturală, deși clar din punct de vedere semantic, primește în diverse state înțelesuri diferite, în funcție de politica culturală și de sistemul social-economic.

În cele mai multe dintre țările vest-europene, prin descentralizarea culturii se subînțelege activitatea prin care realizările din domeniul culturii sunt transferate din capitale (sau din orașul-metropolă, centrul cultural al țării) într-un cât mai mare număr de centre culturale regionale, unde se creează în același timp posibilități și se asigură condiții de accesibilitate pentru aceste programe culturale. Acesta este și motivul pentru care se întrebuițează des și termenul de demetropolizare a culturii.

Sisteme descentralizate ale activităților culturale există în țările cu o tradiție culturală și statală ce a permis existența mai multor orașe reciproc independente, a centrelor universitare și culturale independente. Abia evoluția viitoare a sistemului instituțional în orașele mai mici și în sate, și crearea condițiilor în vederea întrunirii artiștilor și a organizării activităților culturale, permit să se vorbească despre o veritabilă descentralizare a vieții culturale.

## II. STRATEGIA DE POLITICĂ CULTURALĂ A ORAȘELOR

Lumea a avut, încă din pre-antichitate, metropole-orașe a căror simplă evocare trezea interes, stârnea curiozități celor care niciodată nu au fost acolo. Babilonul, Ierusalimul, Atena, Parisul, Roma, Istanbul, Moscova. Fiecare oraș are cultura proprie, morala proprie, personalitatea proprie, astfel încât, deși este văzut astăzi mai mult din unghi urban-economic, geografic-teritorial, demografic, psihologic și altele, se pare că o abordare culturologică este de asemenea importantă (Cosmovici 1996: 65-92). Politica culturală la nivel urban s-a schimbat de-a lungul celei de-a doua jumătăți a secolului XX, oscilând între grija tradițională pentru instituțiile de cultură local-orășenești în anii cincizeci, când importanța ei a fost totuși marginală și ne semnificativă în ansamblul politicii urbane, trecând prin politica socio-culturală din anii șazeci, prin politica artistică din anii șaptezeci târzii, până la politica de marketing cultural, orientat spre economia de piață din anii optzeci.

Politica culturală urbană de la începutul anilor șazeci se conectează pe programe de reconstrucție urbană: s-a plecat de la Parisul anilor șazeci și de la ministrul culturii Malraux, a cărui primă întreprindere a fost curățirea și vopsirea fațadelor, act simbolic de înnoire a valorilor tradiționale, de plonjare în trecut și restabilire a legăturilor orașului cu istoria sa, câteodată neglijată și uitată.

Totuși, prin anii șazeci începe o mult mai importantă mișcare de instituire a politicilor culturale urbane, mai ales în cadrul ideilor de democratizare și demetropolizare a culturii, atât la noi cât și în lume. La orașe ies în evidență mai ales organele de conducere în domeniul culturii noi, corpuri administrative care, în general, au putere decizională în domeniul finanțării culturii și putere de susținere a programelor instituționale de dezvoltare.

Adevărata înflorire a culturii de tip urban și a practicii acesteia are loc după anul 1968. Se întetesc mișcările sociale, cum ar fi: subcultura tineretului, grupările feministe, orientările ecologiste etc. Toate aceste elanuri se află în strânsă legătură cu alternativa artistică, generând programe de stimulare artistică și socio-culturală.

Subcultura tinerilor, contracultura și alte manifestări ale tineretului, muzica rock, filmele underground, mișcările alternative, toate acestea dau un nou sens vieții diferitelor orașe, inovează spațiul local, crează un spirit nou în unele medii orășenești, dar și în ansamblul orașelor.

Strădaniile activiștilor culturali și ale politicienilor, care prin anii șaptezeci concepeau programe ale manifestărilor culturale, presupuneau că nu se poate separa activitatea culturală de cea politică. De aceea, multe teatre din Europa de Vest au ales strada drept scenă, integrând astfel

mișcarea artistică, politică și socială în interiorul unui anumit context urban.

În continuare, asistăm la o renaștere a politicii urbane a Europei începând cu mijlocul anilor șaptezeci, mai ales în Italia, Spania și Franța, în special în contextul proceselor de regionalizare a puterii. Prin oficializarea regiunilor în Italia, cel mai mult au avut de câștigat orașele-reședință de regiuni, cum ar fi Torino, Milano, Veneția, Genova, Bologna, Florența, Napoli și Bari, mai ales că acestea au avut, din acel moment, posibilitatea ca pentru finanțarea programelor culturale, să se adreseze atât puterii orășenești cât și celei regionale.

Descentralizarea puterii în Franța, după venirea socialiștilor la guvernare, a dus, de asemenea, la un avânt rapid al politicii culturale și al vieții culturale în orașele-sedii departamentale (95 de departamente), în a căror responsabilitate au intrat și problemele legate de serviciile sociale, iar în 22 de regiuni nou-create au fost transferate serviciile din domeniul educației adulților, ale construirii obiectivelor școlare, turistice, culturale etc. Pe lângă aceasta, Ministerul Culturii în Franța a semnat, doar în intervalul 1982-1983, un număr de 91 de acorduri cu orașele, stimulând astfel dezvoltarea culturii orășenești specifice și a formelor de manifestare culturală instituționalizată. Această experiență de colaborare directă a Ministerul Culturii din Franța cu anumite orașe în vederea stimulării proiectelor culturale are rădăcini încă din vremea lui Malraux, dar, în perioada conducerii sale, de această încurajare beneficiau doar puține comitete orășenești, doar cele mai interesate și mai angajate (Dragicevic Sesic, Stojkovic 2002: 62-101).

Ampla rețea de centre culturale și instituții culturale urbane locale, extinsă în anii șaizeci și șaptezeci, devine o grea povară pentru bugetul consiliului local, încât încep să se ivească forme specifice de „parteneriat” între stat/localitate și proprietatea privată, iar instituțiile de cultură sunt tot mai frecvent orientate spre autofinanțare.

Sfârșitul anilor optzeci aduce trenduri cu totul noi: rațiunile culturale, sociale, turistice și sportive care au stat la baza programelor de dezvoltare urbană au trecut în planul doi, prioritare devenind proiectele ce își puteau demonstra ușor eficiența economică. Un cuvânt decisiv în privința dezvoltării orașului au început să aibă investitorii, băncile, camerele de comerț, societățile de asigurări și consiliile orășenești decise ca, prin crearea imaginii pozitive a urbei să atragă aceste organizații, respectiv să pună orașul într-o lumină pozitivă, concurențială în raport cu alte orașe.

Cu timpul, politica culturală a început să fie recepționată în funcție de dezvoltarea economică a marketingului orașului sau, eventual, de reconstrucția acestuia.

La sfârșitul anilor nouăzeci, în Europa de vest, marketingul orășenesc încearcă să creeze și să impună mituri urbane, indiferent dacă acestea sunt motivate sau nu. Aici este vorba de strădania marilor orașe de a fi recunoscute drept veritabile centre culturale și în acest sens să promoveze o politică de investiții culturale, al cărei efect constă în progresul economic în ansamblul său:

atragera specialiștilor, investițiile, dezvoltarea infrastructurii, a turismului, crearea de noi locuri de muncă.

Pentru ca mitul existent să persiste sau pentru a-l crea în orașele care nu îl au, el trebuie să fie susținut în permanență de o politică culturală aplicată sistematic, ca parte a politicii generale de emancipare urbană.

Nu este suficient să realizăm o anumită acțiune, este necesar să i se facă publicitate prin mass-media, să fie acceptată de populație, de micii întreprinzători, în sistemul școlar etc. Altfel, orașul va avea destinul „ieșirii din modă”, al căderii din tendință, mai ales dacă și motivele ajungerii la „modă” au apărut peste noapte și sunt relativ superficiale, neîntemeindu-se pe istorie și tradiție.

## CONCLUSIONS

Astăzi, despre orașe avem o anumită concepție, datorită mai ales istoriei culturale, dar și în funcție de politica culturală pe care o duc, datorită imaginii pe care doresc să o promoveze sau prin intermediul operelor de artă, prin realizarea anumitor proiecte artistice (a marilor festivaluri, congrese și a altor manifestări similare).

Acțiunea Consiliului Europei „Capitala culturală a Europei”, care se străduiește să mute centrul cultural al Europei în fiecare an în alt stat european, a atras atenția opiniei publice asupra centrelor culturale deja cunoscute: Paris, Atena, Florența și Amsterdam, dar a luat în considerare și mai puțin cunoscutele Glasgow, Dublin, Sibiu. De ce a fost ales Sibiu în anul 2007 în această campanie? Consiliul local Sibiu a înțeles importanța proiectului ca posibilitate de promovare a orașului nu doar în plan cultural, ci mai ales economic, atrăgând investitorii într-un mediu prosper, modern, deschis.

Este interesant că multe orașe, a căror putere financiară și economică scade, încep să investească tot mai mult în domeniul culturii, să acționeze în vederea protejării bunurilor culturale create în perioada anterioară.

## BIBLIOGRAFIE

1. BARBU, Nicolae, Momente din istoria teatrului românesc, Editura Eminescu, București, 1977.
2. COSMOVICI, Andrei, Psihologie generală, Editura Polirom, Iași, 1996.
3. DRAGICEVIC SESIC, Milena., Branimir STOJKOVIC, Cultura management mediere marketing, Fundația Interart Triade, Timișoara, 2002.
4. MASOFF, Ioan., Teatrul românesc, Editura Minerva București, 1974.
5. MAȘEK, Victor Ernest, Arta de a fi spectator, Editura Meridiane, București, 1986.
6. x x x - Caiet de sală aniversar secția română, Teatrul de Nord, Satu Mare, 2004.

7. x x x - Caiet de sală aniversar secția maghiară, Întreprinderea poligrafică "Crișana" Oradea, Satu Mare, 1977, pp. 8-9.
8. x x x - Publicația „Patria”, Sibiu, 4 mai 1919.